

Motif Subscriber menonton Channel Youtube
(Studi Deskriptif Kualitatif Motif Subscriber menonton channel
Youtube Presiden Joko Widodo)



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

HARTANTO SETIABUDI

L100130129

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**MOTIF SUBSCRIBER MENONTON CHANNEL YOUTUBE
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MOTIF SUBSCRIBER MENONTON CHANNEL
YOUTUBE PRESIDEN JOKO WIDODO)**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

HARTANTO SETIABUDI
L100130129

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. EDI PURWO SAPUTRO, S.E., M.Si
NIK. 644

HALAMAN PENGESAHAN

MOTIF SUBSCRIBER MENONTON CHANNEL YOUTUBE (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF MOTIF SUBSCRIBER MENONTON CHANNEL YOUTUBE PRESIDEN JOKO WIDODO)

OLEH

HARTANTO SETIABUDI
L100130129

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Fakultas Komunikasi & Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari jum'at, 23 November 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.SI
(Ketua Dewan Penguji) (.....)
2. Sidiq Setyawan, M.I.Kom
(Anggota 1 Dewan Penguji) (.....)
3. Agus Triyono, S.Sos., M.Si
(Anggota 2 Dewan Penguji) (.....)

Dekan,



Nurdiyana, ST., M.Sc., Ph.D
NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 November 2018

Penulis



HARTANTO SETIABUDI

L 100130129

Motif Subscriber menonton Channel Youtube
(Studi Deskriptif Kualitatif Motif Subscriber menonton channel Youtube
Presiden Joko Widodo)

Abstrak

Besarnya minat subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi tentu saja dipengaruhi oleh banyak motif. Dan motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi pastinya tidak akan sama antara masing-masing orang namun kemampuan orang menangkap pesan sebelumnya itu yang akan membentuk motif dalam dirinya untuk menonton. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara secara mendalam dan memilih narasumber penelitian yaitu subscriber channel *Youtube* Presiden Jokowi. Teknik penentuan informan dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis interaktif yaitu dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian diketahui Motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi ada 4 motif yaitu motif hiburan dan relaksasi, motif identitas pribadi, motif mencari informasi dan motif persahabatan. Dari keempat motif tersebut informan ada kecenderungan menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi utamanya adalah karena motif informasi dan hiburan.

Kata kunci : Motif, Menonton dan Subssriber

Abstract

Subscribers' interest in watching President Joko Widodo's *Youtube* channel is influenced by many motives. The motives of the subscribers watching President Joko Widodo's *Youtube* channel are different from person to person, but the ability of people to capture messages can form a motive in someone to watch. The research method uses descriptive qualitative method. Data collection techniques uses in-depth interviews by selecting *Youtube* channel subscribers of President Joko Widodo as interviewee. The technique of determining the informant with purposive sampling technique. Data analysis method in this study uses interactive analysis by data reduction, data presentation and conclusion drawing or verification. The result of the study revealed that the subscriber of Joko widodo's *Youtube* channel had 4 motives, namely the motive of entertainment and relaxation, personal identity motives, motives for seeking information and motives for friendship. From the four motives, the informants tend to watch President Jokowi's *Youtube* channel primarily because of the motive of information and entertainment.

Keywords: Motif, Watch and Subssriber

1. PENDAHULUAN

Motif seseorang menonton *Youtube* menarik di teliti karena semua individu mengonsumsi media disebabkan karena suatu motif tertentu yang mendorongnya menonton. Motif timbul karena ada kebutuhan individu yang harus dipenuhi. Motif disini adalah suatu yang menggerakkan tingkah laku individu dan menimbulkan intensitas dalam bertindak, serta kunci pemuas kebutuhan. Individu merespon kebutuhan tersebut dengan bertindak laku, bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui penggunaan media (Effendy, 2007). Motif menonton adalah salah satu motif yang menggerakkan setiap individu. Motif dapat di pahami melalui salah satu pendekatan dalam *Uses and Gratification*. Teori *uses and gratification* milik Blumer dan Katz (1974) menyatakan bahwa khalayak sengaja menggunakan media untuk pemenuhan motif - motif tertentu.

Seiring dengan perkembangan zaman, motif seseorang untuk mencari informasi melalui media juga ikut berkembang. Dahulu media yang digunakan adalah media cetak dan elektronik, dan sekarang beralih ke media berbasis internet. Media internet mampu mengembangkan berbagai media sosial sebagai sara komunikasi antara penggunaanya dari satu negara ke negara lain. Berdasarkan survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet Indonesai hingga tahun 2016 mencapai 132,7 juta orang. Menurut hasil APJII penggunaan media sosial layanan video *Youtube* mencapai 14,5 juta pada tahun 2016. (<https://indonesiaartikel.com/survey-pengguna-sosial-media/>)

New media adalah media yang berbasis internet, media online menggunakan teknologi, memiliki karakter fleksibel, serta memiliki potensi interaktif dan berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008). Sedangkan R. Cahyo Prabowo berpendapat bahwa media baru / *new media online* merupakan sarana komunikasi dimana bisa saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita melalui saluran jaringan internet serta informasi yang didapaat selalu terbaru secara cepat dan lebih ringkas dalam menyampaikan informasi kepada pembaca/khalayaknya. Media baru / *new media* / media online sangat berbeda jauh dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain-lain. (<http://media.kompasiana.com>).

Hal itu juga seperti paparan berikut bahwa media baru telah mengubah cara kita berperilaku khususnya dalam berkomunikasi bersifat *pervasive*, *nonstop* dan lebih bersifat personal, privat dan lebih bersifat tertutup. Ada lima kualifikasi yang membedakan karakteristik media baru ini yaitu (Basuki dkk, 2016) 1) Packet-Switching, aspek ini membedakan bentuk transmisi. Media baru dikembangkan sebagai alat pengiriman dan penerimaan data melalui cara yang beragam. Contohnya seperti email, chatting, browsing atau posting, 2) Multimedia, suatu fasilitas yang dapat mengkomunikasikan pesan komunikasi melalui berbagai saluran. Misalnya saat mengakses web, maka web itu memberikan fasilitas dalam beberapa bentuk pesan komunikasi seperti teks, gambar, video, suara dll, 3) Interactivity, dalam beberapa interaksi dapat terjadi misalnya *one to many*, *many to one* atau pun *many to many*. Berbagai fasilitas seperti E-mail, BBS (*Bulletin Board Systems*), IRC (*Internet Relay Chat*), MUD (*Multiuser Dungeons*) dan penggunaan *World Wide Web* memungkinkan seseorang melakukan komunikasi interaktif ke dalam beberapa level, 4) Synchronicity, *synchronous communication* yakni bentuk komunikasi yang terjadi ketika dua atau lebih partisipan komunikasi berinteraksi secara real time, 5) Hypertextuality, data, teks, gambar, foto, audio dapat saling berhubungan satu dengan yang lain dan secara atraktif dapat disajikan secara simultan.

New media yang menggunakan internet memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi menjadi efisien, lebih murah, serta lebih cepat dalam memperoleh informasi yang terbaru dan terupdate. Namun *new media* memiliki kelemahan pada jaringan koneksi internet jika jaringan internet sedang lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan akan diterima pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimanapun berada bersama media baru (*New media*).

New media memicu munculnya berbagai media sosial, Media sosial disini adalah buah hasil dari perkembangan teknologi berbasis internet, serta memberikan kemudahan kepada semua individu untuk melakukan komunikasi, partisipasi, berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, serta dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. Seperti contohnya video yang dibagikan

di *Youtube* dapat direproduksi dan dapat dilihat berbagai orang secara gratis (Zarella, 2010).

Youtube adalah media sosial yang dikenal dengan slogan: “*Broadcast Yourself*”. *Youtube* merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi informasi dalam bentuk audio – visual atau dalam bentuk video. (Abraham, 2011). *Youtube* menjadi peringkat pertama menduduki situs video *sharing* pada tahun 2011. Di Indonesia sendiri perkembangan *Youtube* tumbuh dengan luar biasa, *Head of Communications Consumer & Youtube* bahwa jumlah penonton dan kreator video online di *Youtube* yang ada di Indonesia terus bertambah. Dari tahun 2014 ke 2015 durasi menonton orang di Indonesia bertambah menjadi 130%. Begitu pula jumlah konten yang di-*upload* bertambah sebanyak 600%. (Goenawan, 2014).

Selain *Youtube* terdapat 14 situs *sharing* video yaitu: Metacafe, Yahoo! Screen, Dailymotion, Vuclip, Vimeo, Hulu, Metatube, MyVideo.de, Sidereel.com, Youku.com Tudou.com, Kivvi.kz, Blip.tv, Veoh.com. Sebagai perbandingan (DeCesare, 2014) mengatakan *Youtube* dan Vimeo adalah sumber daya yang sangat baik untuk video online. Situs ini sangat berbeda dalam penawaran mereka untuk pengguna *upload*. Panjang video, penonton, dan alat-alat yang tersedia bervariasi. "Streaming Resources Video untuk Pengajaran, Learning, dan Penelitian," akan juga mencakup beberapa sangat baik akses terbuka, seluruh negara bagian, dan inisiatif video online kelembagaan, serta interdisipliner situs dengan koleksi video online besar dalam berbagai kategori dan topik. Jika dibandingkan situs *sharing* video tersebut *Youtube* menjadi pilihan utama ketika ingin mengunjungi laman video *sharing*. *Youtube* sendiri di Indonesia menjadi situs *sharing* video yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet. Berdasarkan situs alexa.com yang diakses tanggal 18 Desember 2018, *Youtube* menduduki peringkat ke-3 pada Top sites in Indonesia dengan Total Situs yang Menghubungkan 2,082,424 (<https://www.alexa.com>).

Dalam menggunakan media setiap orang memiliki suatu motif tersendiri. Motif disini adalah pengertian yang mendasari banyak penggerak, alasan atau suatu dorongan yang ada didalam diri seseorang yang membuatnya mampu melakukan apa yang diinginkannya. Berikutnya menurut Gerungan mengatakan, saat mempelajari tingkah laku manusia secara umum, manusia perlu tahu “apa”

yang dilakukannya, “bagaimana” ia melakukan dan “mengapa” ia melakukan itu. *Know what ,know now* dan *know why*. Disini, permasalahan *know why* adalah berkaitan dengan pengertian motif-motif seseorang dengan tingkah lakunya, karena motif akan memberi tujuan dan arah pada tingkah laku seseorang. Permasalahan yang berhubungan dengan tingkah laku seseorang tentu saja akan berhubungan dengan kemauan dan kebutuhannya. (Adrianto dkk, 2007)

\ (2003), dalam model *uses and gratification* yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Model ini menentukan fungsi komunikasi dalam melayani khalayak.

Penelitian tentang motif menonton telah banyak dilakukan, antara lain Steiner (2018), Kimoto (2018), Shim (2018) dan Basilisco (2015) mereka menyampaikan bahwa secara umum motif menonton itu bagian dari teori *uses and gratification* yaitu keinginan menonton suatu bentuk pemenuhan kebutuhan atau dorongan. Adanya keinginan yang membuat seseorang terdorong untuk menonton tayangan di media. Motif menonton sendiri memiliki kekuatan untuk mengarahkannya menonton suatu tayangan tanpa ada rasa keinginan untuk meninggalkan apa yang ditontonnya.

Penelitian tentang Motif remaja sub-urban kota bandung dalam menggunakan media baru adalah untuk kebutuhan mencari informasi seperti penyelesaian tugas sekolah dan untuk mengakses media sosial (Pramiyanti A. dkk, 2014). Selain itu menggunakan *New media Youtube* dapat meningkatkan sifat kemandirian siswa dalam belajar (Jumanto & Ema B.P,2018)

Semakin meningkatnya pengguna internert di indonesia hal ini membuat media sosial menjadi sangat melekat dengan kehidupan masyarakat pada jaman sekarang, tidak terkecuali *public figure* seperti penyanyi, pemain film, pejabat tinggi, dll. Pejabat tinggi seperti presiden pun tidak luput dalam menggunakan sosial media. Seperti salah satu contohnya Presiden Republik Indonesia yaitu Joko Widodo. *Youtube* merupakan salah satu media sosial yang digunakan olehnya. Akun *Youtube* Joko Widodo menjadi sorotan masyarakat. Oleh karena itu maka

dalam penelitian ini peneliti memilih akun *Youtube* Presiden Joko Widodo dengan alasan bahwa akun ini merupakan salah satu akun dari orang nomor satu di Indonesia sehingga presiden Jokowi sering membagikan kegiatan beliau pada *channel Youtube* beliau. Selain itu akun *Youtube* Presiden Jokowi ini tentu akan bermuatan dengan pencitraan dirinya sebagai presiden. Kegiatan pencitraan pada tokoh politik seperti Presiden Jokowi menggunakan *channel Youtube* akan membuat pencitraannya tersusun secara terarah dan efektif. Media sosial *Youtube* Presiden Jokowi ini akan menjadi media yang potensial merubah opini masyarakat dalam berbagai hal. Kegiatan sosial atau kegiatan yang dapat menaikkan opini dibentuk untuk menambah citra Presiden Joko Widodo.

Diberitakan dalam situs web liputan6 bahwa salah satu video *Youtube* Presiden Joko Widodo yang banyak di lihat adalah *Vlog*nya bersama dengan Raja Salman. Popularitas *Vlog* Presiden Jokowi sampai mendapat pujian dari Google, termasuk video *Vlog* bersama Raja Arab Saudi, Raja Salman bin Abdulaziz Al-Saud. Namun tidak hanya video *Vlog* di dalam *channel* Joko Widodo ada video kabar kerja yang berisikan tentang kegiatannya dalam mengurus pemerintahan selama satu bulan seperti contohnya kunjungan ke sirkuit sentul, pertemuan dengan menteri luar negeri.

Dengan membagikan kegiatan beliau, secara tidak langsung memberikan perbedaan dengan presiden sebelumnya. seperti terkesan lebih terbuka dengan masyarakat tentang aktifitas yang dilakukan beliau sehingga masyarakat bisa tahu kegiatan seorang public figure. Pemerintahan sekarang terkesan menjadi lebih terbuka kepada masyarakat, yang mana kegiatan presiden saat kerja maupun sedang santai dapat dilihat dalam *Youtube*. Untuk melihat seberapa populernya sebuah *channel* dalam *Youtube* dapat dilihat berdasarkan *Subscriber* dan *Viewer* *channel* tersebut. *subscriber* disini adalah pelanggan dari *Youtube* *channel* yang dimiliki setiap penggunaanya, sedangkan *viewer* disini adalah mereka yang melihat video yang di unggah dalam *channel Youtube*. Pada saat ini jumlah *Subscriber Channel Youtube* Presiden Joko Widodo sebanyak 494,909 subscribers dan total total viewer 21,770,848 views (20 Maret 2018 pukul 10:24 WIB).

Besarnya minat *subscriber* menonton *channel Youtube* Presiden Jokowi tentu saja dipengaruhi oleh banyak motif. Dan motif *subscriber* menonton *channel*

Youtube Presiden Jokowi pastinya tidak akan sama antara masing-masing orang namun kemampuan orang menangkap pesan sebelumnya itu yang akan membentuk motif dalam dirinya untuk menonton. Pada pengamatan peneliti terhadap subscriber channel *Youtube* Presiden Jokowi ini mereka cenderung menonton secara berulang untuk beberapa video saja itu menunjukkan bahwa subscriber memang menyukai channel *Youtube* presiden Jokowi dan menurut sebagian mereka biasanya tahu video itu dari instagram kemudian baru melihat lebih lanjut ke *Youtube* jadi alasan pemilihan kenapa peneliti lebih memilih *Youtube* daripada media komunikasi lain adalah karena di *Youtube* lebih dipilih untuk melihat lebih lengkap videonya dalam durasi waktu yang lama. Berdasarkan databooks.katadata.co.id yang diakses tanggal 18 Desember 2018 media sosial dengan pengguna aktif terbesar di indonesia adalah Youtube kemudian diikuti dengan facebook, Instagram, twitter, dan seterusnya. Pengguna aktif Youtube sangatlah tinggi dibandingkan dengan Instagram dan facebook. (databooks.katadata.co.id)

Penelitian mengenai teori *Uses and Gratification* pada *Youtube* didasarkan pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Garry dan Paul yang dilakukan pada tahun 2008 dengan judul “*Youtube User Watching and Sharing the News: A Uses and Gratification Approach*”. Dalam penelitian tersebut, terdapat empat indikator motif seseorang menonton *Youtube*, yaitu motif hiburan dan relaksasi, mencari informasi, hubungan antar pribadi, serta persahabatan (Hanson & Haridakis, 2008). Hasil penelitian dari Garry (2008) menunjukkan dorongan seseorang untuk menonton video di *Youtube* dipengaruhi oleh suatu rangkaian motif yang berbeda. setiap orang memiliki motif tersendiri dalam melihat video di *Youtube* seperti motif untuk mendapatkan hiburan dan relaksasi, motif untuk mencari informasi, motif untuk menjalin hubungan antar pribadi dan motif persahabatan.

Penelitian yang lain dilakukan Novita Sari (2016) Motif Audiens dalam Menonton Program Acara Berita Islami Masa Kini di Trans TV (Studi Pada Remaja Masjid Nurul Huda di Kelurahan Baqa Kecamatan samarinda seberang). Dalam penelitian ini ada empat motif yaitu motif informasi, motif identifikasi pribadi dan motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan. Hasil penelitiannya diketahui motif yang digunakan Audiens dalam menonton program

acara Berita Islami Masa Kini di Trans TV adalah motif informasi, motif identitas pribadi, motif Integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

Dengan adanya *Channel Youtube* Presiden Joko Widodo menjadi suatu fenomena yang unik untuk diteliti. Dalam penelitian ini, penulis mengambil responden *user* yang berumur antara 12-25 tahun, yang merupakan usia digital native yang lahir pada era internet (Profile Internet Indonesia, 2014). Kategori ini merupakan kategori usia dimana sangat aktif menggunakan jejaring teknologi digital serta sudah biasa dan memiliki kecakapan dalam mengoperasikan teknologi berbasis internet. Dalam penelitian ini, populasinya adalah *Subscriber Channel Youtube* Presiden Joko Widodo. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti motif para *subscriber* menonton *channel Youtube* joko widodo. Penelitian ini lebih ditekankan pada motif seseorang menonton *channel Youtube* presiden Joko widodo. selain itu penelitian ini bertujuan untuk melihat motif masing-masing subscriber untuk menonton channel milik presiden RI tersebut. Penelitian ini menggunakan metode wawancara, dengan rumusan masalah: “Apakah Motif Subscriber menonton *Channel Youtube* Presiden Joko Widodo?.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif. Dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu (Sukmadinata, 2005). Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Dengan menggunakan pendekatan deskriptif penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran serta deskripsikan secara factual dan akurat sesuai dengan fakta – fakta yang ada tentang Motif *Subscriber* menonton *Channel Youtube* presiden Joko Widodo. Penelitian yang berfokus pada Motif seseorang untuk melihat *Channel* milik presiden Indonesia.

Informan dalam penelitian ini adalah subscriber channel *Youtube* presiden Joko Widodo serta mensubscribe Channel miliknya. Penelitian ini memperoleh data dari wawancara terhadap para narasumber. Penelitian ini informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling yaitu menentukan informan dengan sengaja sesuai kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah, 1) pengguna internet digital native yaitu user yang berumur antara 12-25 tahun, 2) Subscriber dari *Youtube* Presiden Jokowi minimal 1 tahun, 3) Sering menonton tayangan *Youtube* Presiden Jokowi minimal dalam seminggu 3 kali dan 4) Subscriber yang berdomisili di Solo.

Data penelitian yang dikumpulkan ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat langsung dari subjek yang diteliti, Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data akan dilakukan oleh peneliti yaitu *In-depth Interview* dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan secara mendalam agar memperoleh informasi atau keterangan untuk memperoleh data dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber atau informan, bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan narasumber. Adapun menggunakan atau tanpa menggunakan *interview guide*. Serta membedakan antara wawancara mendalam dengan wawancara pada umumnya. Hal yang membedakan yaitu dimana wawancara mendalam dilakukan beberapa kali serta membutuhkan waktu yang cukup lama (Bungin, 2007). Subjek dalam penelitian ini yaitu *Subscriber channel* Presiden Joko Widodo. Dokumentasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menelusuri data histori yang sifatnya tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga dapat memberikan peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di masa lalu. Dokumentasi yang diperoleh dari data sekunder dapat berupa dokumen-dokumen terkait dengan masalah yang akan diteliti, dapat berupa laporan tertulis maupun gambar atau foto.

Data yang diperoleh selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman Punch (dalam Pawito, 2008). Miles dan Huberman Punch menjelaskan teknik analisi memiliki tiga komponen. Komponen pertama reduksi data, yang kedua penyajian data, dan yang terakhir penarikan atau kesimpulan. Dalam Reduksi data ada tiga tahap. Yang pertama

tahap *editing*, peringkasan dan pengelompokan data. Kemudian yang kedua yaitu menyusun catatan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pola dan tema data. Lalu yang ketiga yaitu konseptual tema dan pola. Keseluruhan data dapat dianalisis dengan mengaitkan kelompok data satu dengan kelompok data yang lain, sehingga keseluruhan data dapat dianalisis dalam sebuah satukesatuan. Tahap terakhir penarikan atau kesimpulan pengimplementasian prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola data yang ada atau kecenderungan dari penyajian data yang sudah disusun.

Teknik keabsahan data adalah upaya dalam menunjukkan validitas dan reliabilitas data penelitian. Validitas data merupakan tolak ukur keakuratan data yang telah diperoleh, untuk mewakili realitas yang diteliti. Kemudian reliabilitas data adalah konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data yang digunakan (Pawito, 2008). Triangulasi sumber data dapat dilakukan sebagai teknik keabsahan data dengan cara membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda (Kriyantono, 2008). Triangulasi dilakukan secara terus menerus selama proses pengumpulan dan analisis data sampai peneliti merasa yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan informasi maupun sesuatu yang perlu dikonfirmasi kepada informan (Bungin, 2007).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang peneliti lakukan ini untuk menganalisa motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi yang berkaitan dengan pencitraan. Teori yang digunakan teori *uses and gratification* yang menjelaskan bahwa pengguna media adalah khalayak yang aktif untuk memilih media yang akan mereka gunakan dan mampu memenuhi kebutuhan. Dalam teori ini menjelaskan bahwa setiap orang memilih media sesuai kebutuhan dan ada motif- motif tertentu untuk memilih media mana yang ingin mereka gunakan seperti yang dikatakan John Fikse Teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan John Fikse bahwasanya secara tidak langsung merupakan pesan mengenai kebutuhan yang diperlukan oleh khalayak. Menurut pendekatan teori *Uses and Gratification* dimana para khalayak memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang bisa dipenuhi. Kebutuhan tersebut didapat dengan menggunakan sumber - sumber media dan non media;

atau berpendapat bahwa khalayak mencari kepuasan tertentu dengan berpaling ke media, menggunakan media massa daripada digunakan oleh media massa; atau studi motif-motif penggunaan media dan ganjaran yang dicari (Santoso, 2009)

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Uses and Gratifications* yang menganggap bahwa khalayak aktif memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan mereka. *Uses and Gratifications* mulai berkembang, tidak hanya digunakan dalam media televisi, radio dan surat kabar saja melainkan juga ke berbagai media baru yang berkaitan dengan komunikasi teknologi, akibatnya kategori baru mengenai motif dan kepuasan telah muncul yang menjelaskan mengapa orang – orang menggunakan media sosial (Sheldon & Bryant, 2016).

Motif seseorang menonton akan menjadi penggerak atau pendorong seseorang untuk menonton suatu tayangan dalam penelitian ini adalah channel *Youtube* Presiden Jokowi yang akan ditonton oleh subscriber. Channel *Youtube* Presiden Jokowi ini merupakan channel *Youtube* yang menyajikan kehidupan presiden Jokowi dengan kegiatan-kegiatannya sebagai presiden dan juga dengan keluarga serta lingkungan di sekitarnya. Seperti yang diungkapkan oleh Informan bahwa channel *Youtube* Presiden Jokowi “*cukup menarik karena dapat mengetahui ttg kehidupan presiden Jokowi orang no.1 di Indonesia didalam maupun diluar jm kerjanya sebagai presiden. Yang mana itu tidak dilakukan presiden terdahulu*” (Teguh Joko wawancara tanggal 20 Juli 2018). Sedangkan informan Fajar mengatakan “*Youtube channel nya Presdien Jokowi ini saya suka karena kita bisa mengetahui kehidupan beliau saat bekerja menjadi presiden maupun saat beliau tidak bekerja yang saat bersama keluarga dan juga orang orang sekitarnya lebih menarik lagi karena pak Jokowi itu sosok yang lucu jadi bisa menghibur kalau melihat Youtube beliau*” (Fajar, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Jadi jelas bahwa channel *Youtube* Presiden Jokowi ini untuk memperlihatkan seperti apa yang dilakukan Jokowi ketika menjadi presiden dengan berbagai kegiatannya dan Jokowi ketika bersama keluarganya dengan berbagai canda tawanya dan juga Jokowi dengan lingkungan sekitar yang menampilkan keramahannya.

Keunikan channel *Youtube* Jokowi ini menjad daya tarik tersendiri bagi penontonnya tidak sedikit yang melihat channel *Youtube* di sela-sela

kesibukannya untuk menonton. Seperti yang diungkapkan Refangga bahwa *“kalau saya dibilang rutin ndak tergantung waktu luang biasanya saya menonton dari judulnya apakah menarik atau tidak baru saya menontonnya”* (Refangga, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Jadi disini mereka melihat channel *Youtube* Presiden Jokowi itu disaat tidak ada kesibukan yang dilakukan pada waktu segang saja. Namun berbeda dengan Teguh Joko yang termasuk rutin menonton begini yang dikatakan: *“Ya saya cukup sering menonton namun tidak setiap ada video baru menonton itu tidak, saya suka itu hanya mengenai konten-konten tertentu misalnya seperti Jokowi vlog yang menampilkan keseharian Jokowi dengan anak, cucu dan masyarakat”* (Teguh Joko wawancara tanggal 20 Juli 2018). Disini menunjukkan subscriber tidak menjadikan rutin menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi mereka akan menonton sesuai dengan video yang mereka sukai saja dan itu dilakukan pada waktu luang.

Setelah dilakukan penelitian mengenai motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi adalah diantaranya motif-motif berikut:

3.1 Motif hiburan dan relaksasi

Motif Hiburan adalah dorongan guna mendapatkan hiburan dan kesenangan yang dapat melepaskan diri dari permasalahan sehingga bisa membuatnya mendapatkan relaksasi. Motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi ini juga dilakukan untuk mendapatkan hiburan, walaupun mungkin channel *Youtube* Presiden Jokowi ini bukan berbentuk hiburan namun banyak subscriber yang menontonnya merasa mendapatkan hiburan karena di channel *Youtube* Presiden Jokowi ini menampilkan keseharian pak Jokowi dengan keluarganya terutama video tersebut kebanyakan menampilkan keluguan dari keluarga beliau dimana itu nampak lucu dan disitulah yang membuat subscriber merasa terhibur dengan vlog-vlog yang dibuat tersebut. Selain itu hampir semua subscriber yang menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi semua menontonnya saat bersantai dan untuk mengisi waktu luang, namun ketika mereka sibuk bekerja tidak menontonnya sekalipun ada berita baru. Itu seperti ungkapan dari salah satu informan *“Saya tidak sering menonton vlognya pak Jokowi saya hanya menonton ketika waktu senggang ketika saya tidak sedang bekerja, yah untuk menghibur diri biar tidak tegang karena kerja terus”* (Satya, wawancara tanggal 20 Juli 2018).

Channel *Youtube* Presiden Jokowi yang banyak mengatakan serius tapi santai ini banyak yang menyampaikan tertarik untuk menonton karena dorongan ingin mendapatkan hiburan. Motif hiburan dan rileksasi dalam tayangan channel *Youtube* Presiden Jokowi semua itu terwakilkan dari video-video kebersamaan pak Jokowi dengan anak istri cucu dan menantunya dengan kesederhanaan dan kepolosan mereka serta dengan logat Jawa yang khas membuat tayangan video yang dibuat menarik dan menghibur bahkan tanpa di sadari mereka bisa senyum-senyum sendiri. Hal itu pula yang dikatakan oleh Yusron Alvian, *“iya saya suka nonton video dari channel Youtube Pak Jokowi itu selalu yang unik-unik dan lucu dan biasanya saya bisa ketawa-tawa sendiri karena ndak mengira seorang presiden di negara ini melakukan hal itu”* (Yusron Alvian, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Dan Teguh Joko bahwa *“ketika beliau membuat vlog kelahiran anak kambing di istana negara itukan menarik dan benar-benar terjadi”* (Teguh Joko wawancara tanggal 20 Juli 2018). Jelas sekali bahwa channel *Youtube* Presiden Jokowi memang menghibur karena yang dibuat unik dan lucu walaupun kontennya serius tapi tidak menghilangkan unsur serius itu bahkan yang menonton ketawa tapi itu bukan karena melecehkan tapi karena memang lucu jadi kelucuan-kelucuan itu bisa menghibur kami semua.

Subscriber memilih menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi sebagai tayangan yang memberikan hiburan yang bertujuan untuk menikmati santainya. Karena dalam teori *Uses and Gratification* menurut Nurudin (2003) ada beberapa kebutuhan khalayak salah satunya adalah kebutuhan pelepasan berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman. Jadi pernyataan tersebut berkaitan dengan teori *Uses and Gratification* karena subscriber melepaskan tekanan, dan ketegangan yang di alami setelah pulang kerja dan kuliah dengan bersantai sambil menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi. Channel *Youtube* Presiden Jokowi di anggap mampu menjadi hiburan yang edukatif terhadap subscriber dalam pengisisan waktu bersantai ketika merasa lelah dan penat setelah rutinitas sehari-hari. Namun ini berbeda dengan penelitian dari Hidayatullah (2018) yang mengatakan motif hiburan belum dapat memuaskan penontonya. Hal ini dapat dimaklumi karena *channel* “Kok bisa?” ini

merupakan *channel* edukasi yang berisi beragam informasi yang bermanfaat dan terbaru.

3.2 Motif identitas pribadi

Motif identitas pribadi adalah untuk menemukan penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas dalam sebuah media massa. Motif identitas pribadi juga bisa diartikan ialah motif untuk mengetahui tentang diri sendiri maupun orang lain, jadi ketika subscriber menonton channel *Youtube* presiden Jokowi, mereka mendapatkan berita yang berhubungan dengan pribadi presiden Jokowi dan berbagai program kerja presiden Jokowi serta semua kegiatan presiden Jokowi yang harus dilakukan sebagai presiden. Seperti ungkapan ini *“saya selalu melihat vlog Pak Jokowi jadi hampir semua saya tahu kegiatan beliau bahkan saya seperti merasa ada bersama beliau”* (Satya, wawancara tanggal 20 Juli 2018). Dari ungkapan itu menunjukkan bahwa semakin sering menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi semakin membuat seseorang ada keinginan untuk mendapatkan berita dari pak Jokowi. Namun sedikit berbeda dengan informan Yusron Anwar bahwa *“Kebiasaan saya melihat Youtube Pak Jokowi membuat saya semakin tertarik dengan pribadi pak Jokowi dan itu bisa mendorong saya untuk bisa seperti beliau yang santun, santai namun pandai”* (Yusron Alvian, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Pendapat informan Yusron Anwar berbeda dengan informan Satya.

Jadi secara tidak langsung channel *Youtube* ini membuat mereka mampu menilai diri mereka sendiri melalui menemukan penunjang nilai-nilai pribadi, menemukan model perilaku, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam channel *Youtube* presiden Jokowi, meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri. Menurut ungkapan Yusron Anwar *“di channel Pak Jokowi itu banyak sekali nilai-nilai perilaku yang baik yang bisa dijadikan model terutama untuk saya”* (Yusron Alvian, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Jelas dikatakan oleh informan bahwa menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi dapat mendorong subscriber mengembangkan nilai pribadinya seperti perilaku yang dicontohkan oleh Pak Jokowi seperti yang dilihat di channel *Youtubenya*. Hal ini juga diperkuat pernyataan Devito (1997) yang mengatakan bahwa fungsi media massa sebagai

persuasi yang dapat mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang. Hal ini dapat diterapkan pada *new media* seperti *Youtube*.

Subscriber yang menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi setelah itu akan memiliki motif mengidentifikasi diri dengan media karena dengan menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi subscriber dapat mengetahui informasi yang berkaitan dengan perilaku dan sikap baik Presiden Jokowi. Menurut John Fikse menyatakan teori *Uses and Gratification* secara tak langsung menyatakan bahwa pesan adalah apa yang dibutuhkan oleh khalayak, bukan yang dimaksud oleh pengirim.

3.3 Motif mencari informasi

Subscriber menonton channel *Youtube* presiden Jokowi ini karena ada keinginan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan presiden Jokowi yang merupakan informasi untuk kepentingan mereka sendiri. Selain mencari informasi subscriber menonton channel *Youtube* presiden Jokowi mendapatkan informasi. Berikut adalah petikan wawancaranya: “Pasti dapat channel *Youtube* Presiden Jokowi sangat informatif sekali” (Refangga, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Sedangkan informan lain mengatakan “*kalau mendapat informasi ya mendapat tp saya lebih tertarik dengn video tetang beliau dgn keluarga beliau*” (Teguh Joko wawancara tanggal 20 Juli 2018). Kedua informan ini mengatakan bahwa mereka selama menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi mendapatkan informasi namun mereka salah satu dari mereka lebih merasa senang dengan informasi yang menghibur misalnya seperti informasi ketika presiden Jokowi lagi bersama anak dan juga cucunya disitu video yang ditampilkan sangat lucu dan itu dapat menghibur yang menontonnya. Informasi yang di dapatkan oleh subscriber ini informasi untuk kepentingan pribadinya.

Dampak dari isi media itu mampu memberikan contoh dan bentuk perilaku, bagaimana dalam berperilaku yang baik dalam kehidupan sehari-hari terhadap orang lain. Seperti tayangan yang menceritakan bagaimana sikap sederhana Presiden Jokowi sehari-hari serta segala perilaku sopan santun yang bisa menjadi contoh bagi semua warga negara ini berhubungan dengan teori *Uses and Gratification* bahwa teori ini menjelaskan adanya situasi sosial memberikan dukungan dan penguatan pada nilai-nilai tertentu melalui media. Penguatan diri

bisa didapat melalui media, dengan media seseorang dapat memperkenalkan identitas dirinya pada pengguna media yang lain. Hal ini menjadi semacam informasi bagi orang-orang yang membutuhkan informasi tentang Presiden Joko Widodo.

3.4 Motif persahabatan

Motif persahabatan merupakan kebutuhan akan manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan. Menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi ini didorong oleh persahabatan biasanya subscriber akan sharing maupun diskusi tentang vlog yang baru saja di lihatnya. Seperti itu pula yang dilakukan oleh Satya *“Saya suka mendiskusikan dengan teman subscriber lain setelah melihat vlog pak Jokowi”* (Satya, wawancara tanggal 20 Juli 2018). kalau Refangga dalam wawancaranya mengatakan *“Ngak semua tergantung video upload misalnya seperti vlog kebun angin, kunjungan beliau ke Selandia karena jarang sekali Presiden di Indonesia menemui orang Indonesia di sana itukan ramai dan itu menarik jadi perlu untuk di diskusikan”* (Refangga, wawancara tanggal 31 Juli 2018). Dari keduanya jelas bahwa mereka akan mendiskusikan vlog yang telah mereka tonton dalam diskusi itu terkadang ikut pula subscriber yang tidak kami kenal namun dari diskusi itu membuka persahabatan baru sesama subscriber yang fanatik dengan channel *Youtube* Presiden Jokowi.

Sesama subscriber yang menyukai dan suka menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi mampu menimbulkan motif persahabatan dalam diri subscriber untuk menonton vlog-vlog Presiden Jokowi yang ada di channel *Youtube* Presiden Jokowi. Biasanya para subscriber dengan ketertarikan yang sama mereka berkomunikasi intens kemudian bertemu dan menjadi sahabat. Dari hanya beberapa orang lama kelamaan menjadi banyak. Persahabatan yang terjalin antara subscriber menjadi motif untuknya menonton tayangan di channel *Youtube* Presiden Jokowi. Adanya anggapan bahwa saat mereka tidak menonton maka akan ketinggalan informasi yang membuatnya hanya menjadi pendengar dan tidak mampu untuk menyampaikan pendapatnya.

Pada dasarnya, kebutuhan subscriber dalam memilih menonton channel *Youtube* tentu akan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya, oleh karena itu kegiatan subscriber untuk menonton memiliki tujuan kepuasan dan yang dicari

pun akhirnya juga berbeda pula. “Jika individu merasa dengan menonton channel *Youtube* tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka subscriber akan mengkonsumsinya namun jika sebaliknya maka subscriber akan mencari media lain yang dirasa lebih dapat memenuhi kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan individu terhadap media tentu berkaitan juga dengan media apa yang individu gunakan dalam pemenuhan kebutuhannya” (Severin & Tankard, 2008).

Subscriber yang menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi dari hasil penelitian ini motifnya menonton adalah motif hiburan dan relaksasi, motif identitas pribadi, motif informasi, dan motif persahabatan. Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Garry (2008) bahwa dorongan seseorang untuk menonton video di *Youtube* dipengaruhi oleh suatu rangkaian motif yang berbeda. setiap orang memiliki motif tersendiri dalam melihat video di *Youtube* seperti motif untuk mendapatkan hiburan dan relaksasi, motif untuk mencari informasi, motif untuk menjalin hubungan antar pribadi dan motif persahabatan.

Motif hiburan (*diversion*) yang dimaksudkan sebagai motif seseorang menonton *Youtube* channel Presiden Jokowi adalah agar mereka bisa melupakan permasalahan yang sedang dihadapi, selain itu juga untuk melepas penat karena ada berbagai kepenatan atau tegang setiap harinya, seperti masalah yang ada di tempat kerja, sekolah atau perkuliahan, responden melupakan sejenak masalah - masalah dengan mengalihkan perhatiannya pada channel *Youtube* Presiden Joko Widodo. Secara keseluruhan, dengan menonton channel *Youtube* Presiden Joko Widodo, *subscriber* ingin mendapatkan hiburan yang menyenangkan dengan menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi. Hal yang ditemukan dalam penelitian tentang motif hiburan yang menjadi dasar *subscriber* menonton channel *Youtube* Presiden Joko Widodo sesuai dengan pendapat McQuail, Blumber, dan Brown (1972) yang mengatakan bahwa salah satu motif menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi, adalah motif yang meliputi suatu kebutuhan diri guna melepaskan diri dari tekanan yang dialami dan kebutuhan untuk mendapatkan hiburan. Motif hiburan berhubungan dengan keinginan untuk santai dan relaksasi, ingin melupakan permasalahan sejenak, memanfaatkan waktu luang, mengatasi kebosanan dan menikmati kenikmatan hidup.

Motif Personal Identify dan Individual Psychology menjadi motif subscriber dalam menonton channel youtube Presiden Jokowi. Disini Faktor identitas diri sebagai remaja juga mempengaruhi latar belakang untuk menonton channel youtube Presiden Jokowi. Motif utamanya adalah agar dapat merasa percaya diri. Subscriber berminat menonton channel youtube Presiden Jokowi dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri. Dengan menonton channel youtube Presiden Jokowi, subscriber merasa tidak ketinggalan jaman karena mengikuti channel youtube Presiden Jokowi, hal ini berpengaruh terhadap kepercayaan diri, dan juga bagaimana menentukan suatu sikap atau perilaku saat berinteraksi dengan orang lain. Dalam hal identitas personal, seakan menambah rasa percaya diri dan kesenangan pribadi. Temuan penelitian yang berhubungan dengan motif personal identify dan individual psychology melatarbelakangi subscriber menonton channel youtube Presiden Jokowi cenderung ada kesesuaian dengan teori yang dinyatakan McQuail, Blumber, dan Brown yang mengemukakan bahwa motif personal *identify* dan *individual psychology* merupakan motif yang bertujuan untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi subscriber itu sendiri.

Motif informasi ini dilakukan dengan mencari informasi melalui menonton channel youtube Presiden Jokowi. Pengertiannya bahwa disaat menonton channel youtube Presiden Jokowi, subscriber menginginkan jawaban atas ketidaktahuan tentang sesuatu hal yang dialami sebelumnya, dan setelah menonton channel youtube Presiden Jokowi mereka mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam motif informasi (*surveillance*) ada 3 motif yang diidentifikasi menjadi 3 motif utama yaitu (1) ingin belajar sesuatu, (2) ingin memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum, dan (3) ingin mengetahui informasi tentang kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia. Motif informasi (*surveillance*) sesuai dengan pendapat McQuail, Blumber, dan Brown yang mengatakan motif informasi (*surveillance*) memiliki hubungan dengan kebutuhan khalayak terhadap informasi dan untuk eksplorasi sosial. Seperti halnya saat ingin mengetahui tentang kondisi lingkungan terdekat dari penelitian yaitu channel youtube Presiden Jokowi. Serta keinginan memperoleh petunjuk atau bimbingan

berhubungan dengan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal yang berkaitan dalam menentukan pilihan, dan mengali pengetahuan dan memperluas wawasan.

Motif persahabatan, yaitu motif yang berhubungan dengan upaya untuk meningkatkan kualitas hubungan individu dengan orang lain. Orang lain disini seperti keluarga, teman atau orang-orang yang ada disekitar. Motif utama dari motif persahabatan adalah menonton demi meningkatkan kualitas hubungan dengan orang-orang terdekat (keluarga/teman/pacar/pasangan). Subscriber disini mempergunakan media chanel youtube, khususnya chanel youtube Presiden Jokowi sebagai media untuk mendekatkan ikatan dengan semua orang. Dengan menonton channel youtube Presiden Joko Widodo yang diharapkan subscriber yaitu dapat meningkatkan kualitas hubungan yang ada antara dirinya dengan orang lain. Motif dalam menonton channel Youtube Presiden Joko widodo memiliki kecocokan dengan teori yang dikemukakan McQuail, Blumber, dan Brown, yang menyatakan dalam menonton chanel youtube ialah suatu upaya terkait dengan hubungan yang ada antara individu dengan individu lainnya. Kecenderungan yang ada dalam motif ini yaitu tentang empati dimana seseorang mengali pengetahuan tetang orang lain, memahami diri sednri dan orang lain untuk memupuk rasa memiliki, mencari topik untuk pembicaraan dengan orang disekitar, melakukan interkasi sosial, dan memudahkan dalam melakukan peran sosial.

Keempat motif subscriber dalam menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi yang mampu mendorongnya untuk terus menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi. Namun ada 1 subscriber yang mengatakan menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi karena persahabatan hal itu dimungkinkan karena subscriber yang menjadi informan tersebut menjadi anggota komunitas pecinta Jokowi, sedangkan subscriber lain yang menjadi informan tidak mereka menonton dari ungkapannya karena ingin mendapatkan informasi dan mencari hiburan seperti yang dikatakan orang channel *Youtube* Presiden Jokowi ringan dan tidak nampak kalau itu channel *Youtubenya* seorang presiden.

Banyak orang berpandangan bahwa dengan dibuatnya channel *Youtube* Presiden Jokowi itu hanya untuk pencitraan semata semua informan mengatakan tidak mereka menolak ungkapan bahwa channel *Youtube* Presiden Jokowi itu

dibuat untuk pencitraan. Menurut ungkapan informan bahwa citra diri Jokowi telah lama terbentuk sebelum menjadi Presiden bahkan ada yang mengatakan Jokowi menjadi Presiden juga karena citra dirinya jadi kalau baru-baru ini Presiden Jokowi membuat channel *Youtube* unsur pencitraan tidak tepat.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa motif yang paling dominan adalah motif mencari hiburan dan mencari informasi. Dibandingkan dengan motif persahabatan serta motif identitas pribadi narasumber motifnya lebih cenderung untuk hiburan dan mencari informasi. *Subscriber* menonton channel *Youtube* Presiden Joko Widodo untuk mendapatkan sebuah hiburan tersendiri dengan melihat video yang ada di channel *Youtube* milik presiden RI tersebut. Serta dengan menonton videonya bisa memperoleh kebutuhan informasi yang berhubungan dengan Presiden Joko Widodo. motif menonton channel *Youtube* Presiden Joko Widodo lebih dominan motif mencari informasi dan motif hiburan dan relaksasi.

4. PENUTUP

Motif subscriber menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi ada 4 motif yaitu motif hiburan dan relaksasi, motif identitas pribadi, motif mencari informasi dan motif persahabatan. Dari keempat motif tersebut informan memiliki kecenderungan menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi lebih berfokus memenuhi kebutuhan akan hiburan dan informasi. Motif menonton *Youtube* dipengaruhi oleh suatu rangkaian motif yang berbeda.

Subscriber menonton video channel *Youtube* ini tentu saja memiliki motif-motif tertentu. Motif penggunaan *Youtube* untuk memenuhi kebutuhan akan Hiburan dan relaksasi, identitas pribadi, mencari informasi dan persahabatan. Dimana pada penelitian ini keempat indikator itu juga ditemukan namun hanya dua indikator yang paling ditekankan oleh informan sebagai motifnya menonton channel *Youtube* Presiden Jokowi, yaitu motif mencari hiburan dan informasi.

Penelitian ini ada keterbatasan yang membuat hasil penelitian ini mengalami ketidak sempurnaan. Keterbatasan penelitian ini adalah informan terbatas hanya 5 informan sehingga jawaban permasalahan ini hanya terwakilkan dari keempat informan itu yang membuat kemungkinan yang lebih banyak tidak terjadi.

PERSANTUNAN

Penulis mengucapkan banyak sekali terimakasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Alhamdulillah dan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan bimbingan-Nya penelitian ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih kepada bapak Edy Purwo Saputro selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberi bimbingan, arahan, ilmu baru, dan saran yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Terimakasih juga untuk Ibu, Bapak, Kakak, yang selalu memberikan dukungan baik secara materi dan non materi, serta teman – teman informan maupun teman seperjuangan yang bersedia membagikan pengalamannya kepada peneliti. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat, terimakasih

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto Elvinaro; Komala Lukiat; Karlina Siti. 2007. Komunikasi Massa. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Basilisco, R. & Cha, K. J., (2015). Uses and Gratification Motivation for Using Facebook and the Impact of Facebook Usage on Social Capital and Life Satisfaction among Filipino Users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*, Vol. 9, No. 4, pp. 181-194. <http://dx.doi.org/10.14257/ijseia.2015.9.4.19>
- Basuki, Agus Tri and Prawoto, Nano. (2016). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS. Depok : PT Rajagrafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2007. Analisis data penelitian kualitatif. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- DeCesare, J. A. 2014. User Uploads and *Youtube* One Channels for Teaching, Learning, and Research. Library Technology Reports
- Devito, Joseph. 1997. Komunikasi Antar Manusia. Professional Books: Jakarta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Goenawan, M. A. (2014, October). Durasi Nonton *Youtube* di Indonesia Tumbuh 130%. Detik News. Retrieved February16,2016,from <http://inet.detik.com/read/2015/10/23/175423/3051966/398/durasi-nonton-Youtube-di-indonesia-tumbuh-130>

- Hanson, G & Haridakis, P. (2008). *Youtube* Users Watching and Sharing the News: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Electronic Publishing* 11 (3).
- Hidayatullah M. T. (2018). Kesenjangan Motif Dan Kepuasan Menonton Channel Youtube “Kok Bisa?” Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP* Vol. 5: Edisi II Juli – Desember 2018.
- Jumanto dan Ema B. P. (2018). Pengaruh Metode Tutor Sebaya Berbasis Video Youtube Terhadap Sikap Kemandirian Belajar Mahasiswa Pgsd Unisri. *JPPD* vol. 5, no. 1. DOI: <https://doi.org/10.23917/ppd.v1i1.5372>
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–34). Beverly Hills, CA: Sage.
- Kimoto, Mitsuhi. et al. (2018). System Supporting Self-Motivated Video-Viewing Stops for Children. *SICE Journal of Control, Measurement, and System Integration*, Vol. 11, No. 1, pp. 048–054, January 2018
- Kriyantono, R. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 3rd ed. Jakarta: Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2006. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Alih bahasa oleh Agus Dharma dan Aminudin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Nurudin, 2003, *Komunikasi Massa*, Malang: CESPUR
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LKIS.
- Pramiyanti A., Idola P. P., Reni N. (2014). Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *KomuniTi* vol. VI, no. 2, September 2014
- Santoso, Edi ; Setiana, Mite. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta PT. Graha Ilmu.
- Sari, Novita. (2016). Motif Audiens Dalam Menonton Program Acara Berita Islami Masa Kini Di Trans Tv (Studi Pada Remaja Masjid Nurul Huda di Kelurahan Baqa Kecamatan samarinda seberang). *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (1) :200-214 (2016). <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id>
- Severin, W.J., & Tankard, J.W. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives For Its Use And Relationship To Narcissism And Contextual Age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Shim, Hongjin & Kim, Ki Joon. (2017). An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences *Computers in Human Behavior* 82 (2018) 94e100
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.032>
- Steiner, E & Xu, Kun. (2018). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *The International Journal of Research into New media Technologies* 1–20. <https://doi.org/10.1177/1354856517750365>
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI.
- <https://www.alexacom>
- <https://www.indonesiaartikel.com/survey-pengguna-sosial-media/>
- <http://www.tekno.liputan6.com/read/2880860/google-puji-Vlog-presiden-jokowi-dengan-raja-salman>
- <http://www.databooks.katadata.co.id>